

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1. Latar Belakang

Dunia bisnis konstruksi adalah dunia persaingan, yang intensitasnya dari hari ke hari semakin ketat atau tajam. Untuk unggul dalam bersaing, setiap perusahaan konstruksi dituntut untuk mampu menunjukkan keunggulan kompetitifnya masing-masing melalui upaya-upaya yang kreatif, inovatif, bekerja secara efektif dan efisien, sehingga produk atau jasa yang dihasilkan menjadi pilihan pelanggan, yang pada gilirannya nanti diharapkan pelanggan menjadi loyal. Adanya pelanggan yang puas dan loyal dapat dideteksi melalui kesediaannya melakukan pembelian ulang di waktu yang akan datang (*repurchase*) dan senang hati merekomendasikan produk atau jasa yang dikonsumsi kepada pelanggan yang lain (*recommend*). Memiliki pelanggan yang loyal adalah tujuan akhir dari semua aktivitas perusahaan. Hal ini dapat dicapai apabila perusahaan mampu memberikan nilai (*value*) kepada setiap pelanggan, sebagaimana yang dinyatakan oleh Kotler (2005).

Salah satu faktor penyebab loyalitas rendah adalah kurang adanya kepuasan dari pelanggan terhadap produk dan pelayanan selama ini. Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja (hasil) yang dipikirkan terhadap kinerja yang diharapkan (Kotler, 2005). Sedangkan kepuasan pelanggan dapat diukur melalui :

1. Keandalan (*reliability*) merupakan kemampuan memberikan pelayanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan (Tjiptono, 2006). Hal ini

berarti pihak perusahaan memberikan jasanya secara tepat semenjak saat pertama proses kerjasama dilakukan. Selain itu juga berarti bahwa pihak perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati. Adanya pelayanan yang handal tersebut diharapkan dapat memuaskan konsumennya.

2. Respon dan cara pemecahan masalah (*response to and remedy of problems*) merupakan keinginan para staf untuk membantu para perusahaan dan memberikan pelayanan dengan tanggap (Tjiptono, 2006). Respon dan cara pemecahan masalah dapat berarti respon atau kesiapan pekerja dalam membantu perusahaan dan memberikan pelayanan yang cepat, meliputi kesiapan pekerja dalam melayani perusahaan dan kecepatan pekerja dalam melaksanakan proyek. Dalam usaha pelayanan jasa, tidak hanya melakukan komunikasi pada saat transaksi atau negosiasi saja, tetapi lebih dari itu, memberikan perhatian, mau menerima keluhan, dan dapat memberikan pelayanan dengan spontan bila perusahaan membutuhkannya. Adanya perhatian tersebut diharapkan pengguna jasa menjadi puas.
3. Pengalaman pekerja (*worker experience*) adalah apa yang diperoleh dari semua perbuatannya di masa lampau atau dapat pula dipelajari (Swastha dan Handoko, 2000). Pengalaman pekerja dapat mempengaruhi seseorang dalam bertingkah laku. Pengalaman dapat diperoleh dari semua perbuatannya dari masa lampau atau dapat pula dipelajari, sebab dengan belajar seseorang akan dapat memperoleh pengalaman. Dari hasil pengalaman individu akan membentuk suatu pandangan tertentu terhadap suatu produk atau jasa.

Perbedaan pandangan konsumen akan menciptakan proses pengamatan dalam perilaku yang berbeda pula. Pengalaman pekerja dalam bekerja dapat mempengaruhi kepuasan konsumen.

4. Kemudahan dan kenyamanan (*convenience of acquisition*) merupakan kemudahan dalam melakukan transaksi atau negosiasi dan pemberian fasilitas yang nyaman yang diberikan oleh perusahaan (Musanto, 2004). Salah satu faktor yang menentukan kepuasan pelanggan adalah mengenai kualitas jasa. Kualitas memiliki hubungan yang erat dengan kepuasan pelanggan. Kualitas memberikan suatu dorongan kepada pelanggan untuk menjalin ikatan hubungan yang kuat dengan perusahaan. Kualitas jasa yang unggul dan konsisten dapat menumbuhkan kepuasan pelanggan dan akan memberikan berbagai manfaat seperti: hubungan perusahaan dan para pelanggannya menjadi harmonis, memberikan dasar yang baik bagi pembelian ulang, dapat mendorong terciptanya loyalitas pelanggan, membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan perusahaan, reputasi perusahaan menjadi baik di mata pelanggan dan laba yang diperoleh dapat meningkat (Atmawati dan Wahyuddin, 2007).

## **1.2. Rumusan Masalah**

Berdasarkan Latar Belakang yang telah disampaikan di atas, maka permasalahan yang dapat dirumuskan adalah :

Bagaimana tingkat kepuasan pengguna jasa terhadap penyedia jasa konstruksi berdasarkan *service quality* kontraktor?

### **1.3. Batasan Masalah**

Agar penelitian dapat terfokus dan terarah pada tujuan utama, maka perlu adanya pembatasan masalah. Adapun batasan masalah dalam penelitian ini adalah mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa terhadap penyedia jasa konstruksi berdasarkan *service quality* kontraktor, hanya pada proyek yang telah dikerjakan oleh PT. RAHAYU PB Yogyakarta di wilayah kota Yogyakarta.

### **1.4. Keaslian Tugas Akhir**

Berdasarkan data tugas akhir di Universitas Atma Jaya Yogyakarta, tugas akhir dengan judul Analisa Tingkat Kepuasan Pengguna Jasa Konstruksi Berdasarkan *Service Quality* Kontraktor belum pernah dilakukan sebelumnya khususnya pada bidang konstruksi.

### **1.5. Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah :

Untuk mengetahui tingkat kepuasan pengguna jasa terhadap penyedia jasa konstruksi berdasarkan *service quality* kontraktor, pada PT. RAHAYU PB Yogyakarta.

### **1.6. Manfaat Tugas Akhir**

Penulisan tugas akhir ini memiliki manfaat yang cukup besar, baik untuk penulis maupun pihak perusahaan jasa konstruksi. Adapun manfaatnya adalah sebagai berikut :

1. Untuk penulis: dengan penelitian ini, penulis akan mendapatkan pengetahuan mengenai tingkat kepuasan pengguna jasa terhadap penyedia jasa konstruksi berdasarkan *service quality* kontraktor.

2. Untuk perusahaan jasa konstruksi: penelitian ini bermanfaat sebagai masukan bagi perusahaan jasa konstruksi untuk lebih meningkatkan pelayanannya terhadap pengguna jasa konstruksi.
3. Memberi informasi pada masyarakat mengenai kepuasan pengguna jasa terhadap penyedia jasa konstruksi berdasarkan *service quality* kontraktor.

